

# **Transformasi Generasi Digital: Mengoptimalkan Penggalangan Dana Daring dan Literasi Filantropi Melalui Warung Bumbu Langit**

**Rosid Al Usman**

UIN Sunan Kalijaga

rosidalusman@gmail.com

## **ABSTRAK**

Digitalisasi telah mendorong peningkatan aktivitas filantropi modern yang menunjukkan bentuk nyata dari meningkatnya kepedulian masyarakat. Berkat adanya kemajuan teknologi membuat kegiatan amal yang dahulu dilakukan secara langsung, kini dapat dilakukan dengan lebih mudah, salah satunya melalui kegiatan donasi sehingga dapat memberikan akses lebih luas kepada siapa saja untuk berkontribusi. Generasi muda yang tumbuh bersamaan dengan tumbuhnya digitalisasi tidak dapat dipisahkan dari digitalisasi dan media sosial. Generasi muda memang secara nominal belum bisa memberikan bantuan dalam jumlah yang banyak, tetapi mereka mampu memberikan ide kreatif dan inovasinya dalam penggalangan dana. Mereka mampu mengubah cara pandang masyarakat dalam hal filantropi Islam khususnya zakat, infak dan sedekah. Melalui media sosial dan platform online lainnya menjadi sarana generasi muda menyuarakan atau mempublikasikan literasi filantropi kepada masyarakat umum. Strategi pengumpulan dana melalui platform online ini dilakukan oleh lembaga amal di Wonosobo yaitu Warung Bumbu Langit. Pemanfaatan media sosial dan platform online lainnya sangat penting digunakan untuk pembayaran digital maupun promosi program yang ditawarkan oleh Warung Bumbu Langit. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu studi kasus deskriptif analitis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa potensi generasi muda dalam memajukan filantropi di era digital, serta merumuskan model penguatan literasi dan partisipasi masyarakat melalui media.

**Kata kunci:** *transformasi filantropi, generasi digital, warung bumbu langit*

### ***Abstract***

*Digitalization has driven an increase in modern philanthropic activities that show a real form of increasing public concern. Thanks to advances in technology, charitable activities that used to be carried out directly can now be done more easily, one of which is through donation activities so that it can provide wider access to anyone to contribute. The younger generation who grew up along with the growth of digitalization cannot be separated from digitalization and social media. The younger generation is indeed not yet able to provide assistance in large amounts, but they are able to provide creative ideas and innovations in fundraising. They are able to change the way society views Islamic philanthropy, especially zakat, infaq and sedekah. Through social media and other online platforms, it becomes a means for the younger generation to voice or publish philanthropic literacy to the general public. The strategy of raising funds through this online platform is carried out by a charity in Wonosobo, namely Warung Bumbu Langit. The use of social media and other online platforms is very important for digital payments and promotion of programs offered by Warung Bumbu Langit. This study uses a qualitative method, namely a descriptive analytical case study. This study aims to analyze the potential of the younger generation in advancing philanthropy in the digital era, as well as formulating a model for strengthening literacy and community participation through the media.*

**Keywords:** *philanthropic transformation, digital generation, warung bumbu langit*

## **A. PENDAHULUAN**

Gerakan filantropi di Indonesia saat ini sudah menjamur di mana-mana. Kita sering menemukan spanduk gerakan filantropi terpasang di pinggiran jalan, tempat umum maupun fasilitas publik<sup>1</sup>. Keberadaan gerakan filantropi sangat membantu masyarakat dalam menyelesaikan persoalan bahkan yang belum tersentuh oleh pemerintah. Baik itu di bidang sosial, keagamaan, lingkungan maupun politik. Menjamurnya gerakan filantropi di Indonesia karena mayoritas orang Indonesia suka berbagi dengan sesama.<sup>2</sup>

---

1 Zaki Arrazaq, “Filantropi Pendidikan Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Era Transformasi Digital Di Indonesia,” *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia* 3, no. 3 (2023): 505–522.

2 M. Makhrus et al., “Peningkatan Literasi Digital Melalui Idebergerak. Com Sebagai Gerakan Filantropi Berbasis Komunitas,” *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (2023): 9–21.

Di era modern saat ini, untuk melakukan kegiatan amal dan meningkatkan literasi filantropi Islam dapat dilakukan dengan mudah karena dunia teknologi terus mengalami kemajuan pesat<sup>3</sup>. Kecanggihan teknologipun semakin meningkat, masyarakat cenderung memanfaatkan teknologi untuk memudahkan segala aktivitasnya. Hal ini tentu memicu berkembangnya digitalisasi baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan hingga kebutuhan spiritual. Seperti gerakan sosial lainnya, gerakan filantropi juga mengikuti arus digital, hal ini membuat gerakan filantropi lebih maksimal dalam melaksanakan gerakannya<sup>4</sup>. Era digital telah membuka jalan bagi munculnya inovasi yang mengubah cara kita dalam berdonasi, mengumpulkan dana, dan juga mempromosikan kebaikan.

Teknologi digital menjadi angin segar bagi filantropi modern, berbagai platform mulai bermunculan sebagai wadah untuk menyalurkan kepedulian satu sama lain<sup>5</sup>. Contohnya platform donasi online seperti Warung Bumbu Langit yang memungkinkan individu untuk memberikan kontribusi dengan hanya beberapa klik, tanpa terikat oleh jarak atau waktu. Salah satu perubahan terbesar adalah kemudahan yang ditawarkan seperti metode pembayaran yang beragam hanya melalui gawai saja, transparansi dana juga dapat dipantau oleh donatur. Tidak seperti filantropi tradisional yang sulit untuk memastikan dana digunakan sesuai tujuan, dengan adanya teknologi blockchain dapat menciptakan sistem pencatatan yang transparan dan setiap transaksi dapat dilacak oleh donatur.

Transformasi digital memungkinkan menjangkau audiens global. Donatur dari berbagai belahan dunia kini dapat berkontribusi untuk program yang mereka dukung, tanpa batasan geografis. Selain

---

3 Firman Ardiansyah, Fitriyana Agustin, and Ridan Muhtadi, “Digitalisasi Filantropi Islam Pada Pesantren Di Pulau Madura,” *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 2 (2021): 225–255.

4 Muhammad Syujai, “Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money Dalam Perspektif Islam,” *Pusaka Jurnal Khazanah Keagamaan* 10, no. 1 (2022): 140–152.

5 Kurniaputri et al., “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millennials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 15–22.

itu, platform digital juga inklusif, memungkinkan siapa saja untuk berdonasi, terlepas dari jumlah donasi mereka. Masa pandemi telah mengubah pola kerja penghimpunan dana, hal itu dilakukan dengan mengoptimalkan platform digital dan dampaknya sangat baik dalam penghimpunan<sup>6</sup>. Hal ini sesuai dengan pernyataan ketua Warung Bumbu Langit Wonosobo yang mengatakan bahwa banyak donatur yang memberikan donasinya melalui transfer atau pembayaran online. Sebagai lembaga amal, Warung Bumbu Langit selalu memberikan layanan dan kemudahan bagi donatur untuk berdonasi. Salah satu upayanya adalah dengan mengoptimalkan peran media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube dan Website.

Berbicara teknologi maka tidak akan pernah lepas dari generasi muda atau generasi digital. Generasi yang lahir mulai tahun 1997 ini merupakan generasi pertama yang tumbuh dalam era digital dan memiliki akses yang luas terhadap teknologi dan media sosial. Hal ini menjadikan mereka sangat terhubung dengan dunia maya, dimana mereka menghabiskan rata-rata enam jam sehari di platform seperti Instagram, TikTok, Instagram, dan Youtube<sup>7</sup>. Media sosial telah menjadi arena penting bagi generasi digital untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan mengadvokasi isu-isu sosial. Generasi digital memiliki peluang besar dan cara kreatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu sosial maupun isu-isu sosial, kesetaraan serta keberagaman melalui aktivitas mereka di platform digital.

Generasi digital punya pandangan yang lebih terbuka dan inklusif terhadap keberagaman sosial di media sosial dibandingkan di dunia nyata. Media sosial memberikan ruang bagi generasi digital

---

6 Marlya Fatira and Anriza Witi Nasution, “Boosting The Welfare of Business Community: Implementing The Model of Islamic Micro Bank of Waqf in Pesantren,” *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (May 26, 2019), accessed September 6, 2021, <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/alfalah/article/view/771>.

7 Risqa Puspa Janatin and Maya Dewi Kurnia, “Upaya Pengembangan Karakter Pada Generasi Muda Di Era Digital,” *Jubah Raja : Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran* 1, no. 2 (November 15, 2022): 109–115; Rahmita Syahfitri Siregar, “Indonesia Era Globalisasi: Peran Dan Tantangan Generasi Kedua Digital Native,” *AT-TAWASUL* 2, no. 2 (2023): 101–109; Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem, “Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital,” *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (2021): 69–87.

untuk berdiskusi secara bebas, namun keterlibatan mereka seringkali kurang efektif karena kampanye yang dilakukan tidak melibatkan interaksi secara langsung dengan komunitas yang lebih luas. Generasi digital harus bijaksana dalam menyebarkan pesan-pesan positif sebagai peran mereka dalam agen perubahan. Aktifitasnya di dunia maya diharapkan bisa mendukung isu-isu sosial dan menjadi pelaksana norma yang berlaku di masyarakat.

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) generasi dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang mempunyai masa hidup, generasi, masa hidup orang-orang dari satu generasi yang kurang lebih sama. Generasi Z adalah sekelompok orang yang lahir mulai tahun 1998 hingga 2009<sup>8</sup>. Generasi Z merupakan generasi teknologi, kehidupan mereka tidak lepas dari kecanggihan teknologi dan mementingkan popularitas di media sosial yang mereka gunakan. Karakter generasi ini adalah menghargai keberagaman, menginginkan perubahan sosial, gemar berbagi, dan berorientasi pada target<sup>9</sup>. Survei kependudukan tahun 2023 menunjukkan bahwa kebanyakan penduduk Indonesia didominasi oleh generasi muda yaitu generasi Z dan generasi milenial. Keterlibatan generasi muda ini berdampak pada penghimpunan zakat, infak dan sedekah nasional yang juga dilihat dari budaya masyarakat Indonesia yang identik dengan kedermawannya.

Berbicara mengenai generasi Z dan generasi milenial tentunya tidak jauh dari dunia digital, salah satunya adalah platform online. Platform online dapat diartikan sebagai sarana yang memfasilitasi bertemuanya pihak-pihak yang saling membutuhkan untuk bertukar informasi, mulai dari berdagang, menawarkan jasa dan berbagai hal lainnya<sup>10</sup>. Dengan platform online ini, seluruh aktivitas dan pihak terkait cukup dilakukan dalam satu tempat. Sehingga memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi siapapun yang menggunakannya. Platform media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan

8 Don Tapscot, *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

9 Desiana Rahmawati, *Millenials and I-Generation Life* (Yogyakarta: Laksana, 2018).

10 Zis, Effendi, and Roem, “Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi z Di Era Digital.”

dengan banyak orang, berkomunikasi melalui telepon, konferensi video, dan banyak lagi. Seperti facebook, instagram, tiktok, whatsapp dan lain sebagainya. Salah satu media pemasaran yang dilakukan secara digital adalah dengan menggunakan media sosial.

Warung makan gratis Bumbu Langit merupakan wujud nyata kepedulian sosial untuk masyarakat kabupaten Wonosobo dengan cara menyediakan makan gratis untuk siapa saja yang membutuhkan tanpa melihat strata sosial, agama, ataupun ras tertentu (<http://bumbulangit.com>, 2020). Warung Makan Gratis Bumbu Langit dimotori oleh Indonesian Islamic Business Forum (IIBF) kabupaten Wonosobo, dimulai pada bulan Ramadhan 1442 H atau 2020 M, menyediakan 1400 nasi box dan air minum yang di masjid-masjid di kabupaten Wonosobo. Dengan menggandeng pelaku UKM untuk menyediakan nasi box dan air minum, diharapkan dapat membantu mendongkrak perputaran ekonomi masyarakat kabupaten Wonosobo yang terdampak Covid-19.

Dalam menjalankan Gerakan ini, WarungBumbu Langit tetap menjaga kualitas makanan dan minuman yang mematuhi protokol kesehatan dalam rangka pencegahan penyebaran Covid-19. Warung Bumbu Langit tidak berafiliasi dengan partai maupun organisasi kemasyarakatan manapun. Setelah Covid-19 mereda, kegiatan ini tetap berlanjut dengan target menyediakan 1600 porsi makanan gratis setiap bulannya yang dibagikan di masjid maupun beberapa area publik di Wonosobo. Selain berbagi makanan, Bumbu langit juga melakukan pembagian sembako kepada para dhuafa dan berbagi perlengkapan masjid.

Banyak penelitian terdahulu yang setema yang telah dilakukan. Junidar (2020) yang berfokus meneliti startegi pemasaran digital yang dengan metode integrated digital marketing. Strategi ini dianggap bisa bekerja maksimal karena memanfaatkan semua platform media online dan meningkatkan keatifitas dan inovatif pada SDM. Penyebaran yang meluas juga didapatkan oleh para lembaga penggalang dana dan meningkatkan partnership<sup>11</sup>. Karima

<sup>11</sup> Ulfa Junidar, "Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam:(Studi Terhadap PKPU Dan Rumah Zakat Di Indonesia)," *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* 2, no.

dkk (2021) dalam penelitiannya juga mengkaji seputar strategi filantropi dalam ruang digital teknik manajeman konten. Kesuksesan community branding dengan memproduksi konten secara masif terhadap setiap kegiatan yang berkaitan dengan filantropi yang sedang dijalankan. Hal ini mendorong *followers* untuk melihat dan mendapatkan informasi berkaitan dengan kegiatan yang dimiliki oleh lembaga Wisata Panti sebagai lembaga filantropi<sup>12</sup>. Hidayat (2019) lebih menyoroti mengenai konsekuensi yang dihadapi oleh lembaga sosial yang menggunakan ruang digital sebagai ruang baru untuk mendukung kegiatan filantropi. Media digital memang akan memperluas informasi, namun lembaga dituntut untuk memiliki transparasi yang tinggi untuk menciptakan kepercayaan kemapada masyarakat. Usaha yang dilakukan oleh lembaga filantropi seperti KitaBisa.com juga mengharuskan menggunakan manajemen marketing yang baik untuk meningkatkan kesuksesan sebagai bisnis digital. Ruang digital memungkinkan lembaga filantropi untuk menjadikan kompleksitas identitas dan itu konsekuensi yang harus diterima<sup>13</sup>.

Muntazah dan Rosiana (2022) juga mengeksplorasi peran media digital dalam meningkatkan strategi pemasaran pada lembaga filantropi. Teknik digital Integrated Marketing Communication yang terdiri dari digital advertising, digital sales promotion, digital personal selling, digital direct marketing, dan digital public relations yang merupakan bagian dari strategi memungkinkan terjadi peningkatan pada perolehan penggalangan dana untuk zakat, infaq, sedekah dan wakaf<sup>14</sup>. Makhrus dkk (2023) menungkapkan bahwa peningkatan penggalangan dana untuk Ziswaf pada lembaga

---

2 (2020): 190–218.

- 12 Nadya Kharima, Fauziah Muslimah, and Aninda Dwi Anjani, “Strategi Filantropi Islam Berbasis Media Digital,” *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 10, no. 1 (2021): 45–53.
- 13 Aisyah Ayu Anggraeni Hidayat, “Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa. Com)” (PhD Thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2019), accessed May 24, 2025, <https://repository.unair.ac.id/87205/>.
- 14 Arina Muntazah and Rosiana Andhikasari, “Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia,” *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2, no. 1 (2022): 1–7.

filantropi juga bisa didukung dengan banyak hal salah satunya adalah literasi digital tentang kegiatan filantropi. IdeBergerak.id sebagai platform digital terus memberikan pendidikan berupa tulisan yang bertemakan tentang filantropi. Para kontributor dalam media tersebut berusaha membawa wacana tentang filantropi terus meluas karena diperbincangkan dalam tulisan-tulisan dalam media sosial.<sup>15</sup> Ardiansyah kk (2021) menguji kelayakan dari sebuah aplikasi yang digunakan oleh pesantren di Madura dalam menggalang dana. Aplikasi yang bernama CONTREN dianggap sesuai dengan konsep standarisasi akad-akad keuangan syariah, dan sangat potensial untuk diimplementasikan. Inovasi “CONTREN” dapat mengeskalasi literasi dan inklusi keuangan syariah yang mendukung kebutuhan halal sesuai syariat Islam guna mewujudkan SDGs di era society 5.0.<sup>16</sup>

Melalui penelitian terdahulu yang telah diuraikan, penelitian ini mengambil posisi dan berfokus pada literasi dan pemanfaatan digital dalam proses penggalangan dana. Lembaga yang dikaji dalam penelitian ini adalah semuah rumah makan atau pelaku usaha. Sehingga cenderung memiliki perbedaan dengan penelitian yang sebelumnya yang cenderung melihat lembaga sosial yang menggunakan berbagai startegi dalam proses penggalangan dana.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini digunakan untuk melakukan pendekatan, memahami, mengungkapkan dan mengekplorasi tertentu dari responden penelitian<sup>17</sup>. Dalam tulisan ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk menganalisa peran generasi muda dan efektifitas penghimpunan dana zakat, imfak dan sedekah melalui platform online. Juga melihat sudut pandang pengelola dari prespektif literasi

15 Makhrus et al., “Peningkatan Literasi Digital Melalui Idebergerak. Com Sebagai Gerakan Filantropi Berbasis Komunitas.”

16 Ardiansyah, Agustin, and Muhtadi, “Digitalisasi Filantropi Islam Pada Pesantren Di Pulau Madura.”

17 A. Chaedar Alwasilah and Senny Suzanna Alwasilah, *Pokoknya Menulis: Cara Baru Menulis Dengan Metode Kolaborasi* (Kiblat Buku Utama, 2022); H. Zuchri Abdussamad and M. Si Sik, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV. Syakir Media Press, 2021), accessed July 18, 2024, [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JtKREAAAQBAJ&coi=fnd&pg=PR5&dq=metode+penelitian+&ots=vDEtwZ\\_9SY&sig=ekIG7SZ1HsqFTGie\\_7oRyeR9VNs](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JtKREAAAQBAJ&coi=fnd&pg=PR5&dq=metode+penelitian+&ots=vDEtwZ_9SY&sig=ekIG7SZ1HsqFTGie_7oRyeR9VNs).

dan penghimpunan dana. Sumber data ini diambil melalui wawancara, dokumen lain dan observasi lapangan. Sumber data lapangan yang digunakan dalam penelitian kualitatif biasanya banyak berasal dari observasi langsung, wawancara, diskusi kelompok terfokus, atau telaah dokumen<sup>18</sup>.

Sedangkan untuk mendapatkan gambaran utuh mengenai peran generasi muda melalui platform online dalam literasi dan penghimpunan dana, pengumpulan datanya melalui dua metode yaitu studi kepustakaan dan wawancara mendalam dengan informan. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Penggunaan metode ini bertujuan untuk memperjelas memperjelas mengapa dan bagaimana agar terjadi hubungan antara dua aspek dalam satu situasi tertentu<sup>19</sup>. Penelitian ini akan mendeskripsikan peran penghimpun dana generasi muda dalam menggalang dana di media sosialnya Warung Bumbu Langit yang juga didukung upaya literasi dan sosialisasi tentang filantropi Islam.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Generasi Digital dan Aktivisme Sosial

Meski pendapatannya belum mencukupi untuk menunaikan zakat, namun generasi muda bisamenjadi penopang dalam kegiatan filantropi. Mereka dapat secara aktif menggunakan media sosialnya dalam mempromosikan gerakan amal. Semangat Gerakan amal ini tidak hanya tertumpu pada kekayaan ekonomi, namun juga solidaritas sosial, prinsip pemerataan ekonomi syariah dan gerakan kesejahteraan sosial dan kemanusiaan. Dalam kegiatan penggalangan dananya Warung Bumbu Langit Wonosobo lebih sering membuka program relawan dan magang, yang nantinya akan ada sumber daya manusia dari kaum muda yang bisa menuangkan ide kreatifnya dengan membuat konten yang akan dipublikasikan di media sosial.

---

18 Amin Abdullah, *Multidisiplin, Interdisiplin, dan Transdisiplin; Metode Studi Agama dan Studi Islam di Era Kontemporer* (Yogyakarta: IB Pustaka, n.d.).

19 Nur; Eriyanto; Asri, *Metode netnografi: pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial* (Remaja Rosdakarya, 2021), accessed July 29, 2024, [//library.moestopo.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow\\_detail%26id%3D129273%26keywords%3D](https://library.moestopo.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D129273%26keywords%3D).

Relawan atau anak magang akan membuat konten literasi zakat, infak dan sedekah melalui media online yang selanjutnya akan diterima oleh para donatur sehingga Warung Bumbu Langit akan menerima donasi dari donatur yang terketuk setelah membacanya.

Dalam media sosial terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh lembaga amil zakat yaitu hubungan interaksi antara lembaga amil zakat dengan pengikutnya yang disebut dengan tingkat keterlibatan<sup>20</sup>. Kaum muda biasanya ahli dalam mengikuti tren masa kini, oleh karena itu mereka bisa membuat konten literasi tentang zakat untuk disebarluaskan melalui media sosial. Proposisi atau gap makalah ini adalah peran kaum muda dalam hal menciptakan konten literasi zakat dan peran platform online dapat mendukung peningkatan efektivitas literasi dan pengumpulan zakat di Warung Bumbu Langit.

Penelitian ini juga akhirnya mampu mematahkan studi yang sebelumnya mengatakan bahwa generasi milenial adalah generasi yang hanya perduli terhadap sesuatu yang menguntungkan dirinya. Tingkat kesadaran pengatahan generasi milenial yang dekat dengan digital ternyata memiliki motivasi untuk terlibat langsung dengan kegiatan filantropi. Kegitan fundraising menjadi bentuk yang seringkali diikuti oleh generasi milenial melalui ruang digital. Kreatifitas yang dimiliki menjadi modal utama untuk menarik donatur<sup>21</sup>. Hal ini relate dengan apa yang terjadi pada penggalangan dana dan peningkatan literasi di Warung Bumbu Langit Wonosobo.

Di Warung Bumbu Langit Wonosobo sudah menerapkan konsep tersebut yaitu dengan merekrut relawan dari kalangan mahasiswa ataupun pelajar untuk ditempatkan dibagian IT<sup>22</sup>. Tugas mereka adalah mempromosikan program Warung Bumbu Langit Wonosobo dengan membuat kontens dan dipublikasikan melalui media sosial. Proses pembuatan kontens secara keseluruhan dibagi menjadi empat

20 Holilur Rahman, “Inovasi Pengelolaan Zakat Di Era Digital (Studi Akses Digital Dalam Pengumpulan Zakat),” *Jurnal Kajian Islam* 6, no. 2 (2021): 53–63.

21 Venny Alfayani, Darwis Harahap, and Rodame Monitorir Napitupulu, “Tingkat Kesadaran Generasi Milenial Bersedekah melalui Kitabisa.com,” *Journal of Islamic Social Finance Management* 2, no. 2 (December 31, 2021): 265–283.

22 HN, “Wawancara Volunteer Warung Bumbu Langit,” September 20, 2024.

tahapan yaitu pengumpulan ide-pencarian materi konten- pengeditan konten-publikasi. Dalam proses pengumpulan ide, terdapat beberapa sumber yang menjadi dasar pembuatan konten, kesesuaian konten dengan bidangnya, tren terkini, kebutuhan informasi internal Lembaga yang akan dituju, informasi yang sering diminati oleh para pengikutnya, seperti tips menghitung zakat dan lain sebagainya. Selanjutnya ide tersebut diserahkan kepada tim dan dimasukkan ke dalam jadwal publikasi konten setelah mendapat persetujuan. Proses produksi rancangan dan persyaratan konten visual akan dilakukan oleh relawan dan divisi program tim desain<sup>23</sup>.

Berdasarkan riset<sup>24</sup>, terdapat tiga jenis platform digital yang digunakan untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS), yaitu platform untuk internal, platform untuk eksternal, dan platform media.<sup>25</sup> Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, Warung Bumbu Langit telah menerapkan ketiganya. Platfrom internal merupakan platform yang dikembangkan oleh Warung Bumbu Langit sendiri seperti website atau aplikasi. Dalam hal ini Warung Bumbu Langit memiliki website bumbulangit.com. Selanjutnya platform eksternal merupakan platform yang disediakan oleh mitra lembaga amil zakat yang digunakan untuk menghimpun dana zakat, infak dan sedekah. Warung Bumbu Langit menyediakan fasilitas pembayarn melalui e-wallet, q-ris barcode seperti link aja, ovo, dana dan shopeepay, reatail, transfer bank dan debit. Terakhir platform media adalah pengumpulan donasi melalui media sosial. Dalam hal ini Warung Bumbu Langit memaksimalkan konten media sosial seperti instagram, facebook dan youtube serta iklan melalui facebook ads, intagram ads, google ads untuk mengajak masyarakat berdonasi<sup>26</sup>.

---

23 “Observasi 14 Sepetember 2024 Di Warung Bumbu Langit” (Wonosobo, n.d.).

24 Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2022, *Indeks Literasi Zakat: Teori Dan Konsep* (Jakarta: BAZNAS, 2022).

25 Badan Pusat Statistik, *Statistik Indonesia 2023: Statistical Yearbook Of Indonesia 2023* (Jakarta, 2023).

26 Owner Warung Bumbu Langit, “Wawancara Owner Warung Bumbu Langit,” September 20, 2024.

## 2. Literasi Zakat dan Berdonasi melalui Platform Online Warung Bumbu Langit

Literasi zakat merupakan pemahaman dan pengetahuan tentang zakat, termasuk kewajiban, jenis-jenis zakat, serta cara pengelolaannya. Di kalangan generasi muda, literasi zakat menjadi penting untuk membangun kesadaran akan tanggung jawab sosial dan keagamaan dalam membantu sesama<sup>27</sup>. Sosialisasi dan literasi menjadi unsur utama yang berguna dalam mengajak masyarakat lebih mengenal Warung Bumbu Langit yang nantinya dapat mempengaruhi banyak masyarakat yang memutuskan untuk berdonasi. Beberapa muzaki atau munifik yang awalnya mengenal Warung Bumbu Langit berkat rekomendasi keluarga atau kerabat terdekat hingga akhirnya timbul kepercayaan untuk membawa perubahan di Warung Bumbu Langit. Beberapa orang menganggap pendapat mereka penting dan dapat mempengaruhi mereka untuk melakukan sesuatu<sup>28</sup>. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh sosial cenderung mampu mempengaruhi pendapat keputusan seseorang dalam melakukan sesuatu. Karena itu, Warung Bumbu Langit harus selalu menjaga citra institusi agar tercipta kesan baik bagi para donatur atas layanan yang diperolehnya dan selalu dapat merekomendasikan kepada orang lain.

Perkembangan literasi zakat oleh generasi muda, seperti yang terlihat di Warung Bumbu Langit Wonosobo, menunjukkan adanya inisiatif untuk mengedukasi masyarakat tentang zakat. Melalui berbagai kegiatan, seperti seminar dan diskusi, generasi muda berperan aktif dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan pemahaman tentang zakat

Dampak dari literasi zakat yang baik dapat terlihat dari meningkatnya penerimaan donatur. Ketika generasi muda memahami pentingnya zakat dan cara menyalurkannya, mereka lebih cenderung untuk berpartisipasi dalam kegiatan amal, sehingga meningkatkan

---

27 Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2022, *Indeks Literasi Zakat: Teori Dan Konsep*.

28 Owner Warung Bumbu Langit, “Wawancara Owner Warung Bumbu Langit.”

jumlah donasi yang diterima oleh lembaga zakat<sup>29</sup>. Selain itu, literasi zakat juga mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat. Generasi muda yang teredukasi akan lebih kritis dalam memilih lembaga zakat yang terpercaya, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat semakin meningkat<sup>30</sup>. Dengan demikian, literasi zakat tidak hanya berfungsi sebagai alat pendidikan, tetapi juga sebagai pendorong perubahan sosial yang positif. Melalui pemahaman yang baik, generasi muda dapat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui zakat.

Literasi zakat juga berperan penting dalam membangun solidaritas sosial di kalangan generasi muda. Dengan memahami makna dan tujuan zakat, mereka dapat lebih menghargai pentingnya berbagi dan membantu sesama<sup>31</sup>. Kegiatan seperti penggalangan dana dan program pemberdayaan masyarakat yang diinisiasi oleh generasi muda di Warung Bumbu Langit Wonosobo menjadi contoh nyata bagaimana literasi zakat dapat menginspirasi tindakan nyata dalam komunitas. Keterlibatan generasi muda dalam literasi zakat juga dapat memperkuat jaringan sosial di antara mereka. Melalui kolaborasi dalam kegiatan zakat, mereka tidak hanya belajar tentang pengelolaan zakat, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan sesama. Hal ini menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pentingnya literasi zakat yang dilakukan oleh generasi muda juga dapat dilihat dari upaya mereka dalam memanfaatkan teknologi. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital, mereka dapat menyebarluaskan informasi tentang zakat dengan lebih luas dan

---

29 Indria Fitri Afifyana et al., “Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Di Indonesia Dan Literasi Zakat,” *Akuntabel* 16, no. 2 (2019): 222–229.

30 Clarashinta Canggih and Rachma Indrarini, “Apakah Literasi Mempengaruhi Penerimaan Zakat?,” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 11, no. 1 (2021): 1–11.

31 Yuanita Nur Anggraini and Rachma Indrarini, “Analisis Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 54–66.

cepa<sup>32</sup>t. Ini membantu menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda lainnya, untuk berpartisipasi dalam kegiatan zakat. Selain itu, literasi zakat yang baik dapat mendorong generasi muda untuk menjadi agen perubahan. Dengan pengetahuan yang memadai, mereka dapat mengadvokasi kebijakan yang mendukung pengelolaan zakat yang lebih baik dan berkelanjutan. Ini akan berdampak positif tidak hanya pada penerimaan donatur, tetapi juga pada pengembangan program-program yang lebih efektif dalam membantu masyarakat.

Akhirnya, literasi zakat di kalangan generasi muda di Warung Bumbu Langit Wonosobo menunjukkan bahwa pendidikan zakat adalah investasi jangka panjang untuk masa depan. Dengan membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang tepat, kita dapat berharap bahwa generasi mendatang akan lebih peduli dan aktif dalam menunaikan kewajiban zakat, sehingga menciptakan masyarakat yang lebih sejahtera dan berkeadilan. Upaya literasi yang dilakukan Warung Bumbu Langit dapat dilakukan secara langsung seperti pengajian dan sisipan materi khutbah jum'at di masjid yang diberikan program makan gratis. Sosialisasi dan literasi juga bisa dilakukan secara tidak langsung melalui majalah dan platform digital Warung Bumbu Langit seperti media sosial dan website. Beberapa donatur Warung Bumbu langit mengatakan bahwa pelayanan Warung Bumbu Langit Wonosobo cukup memuaskan, transparan dan dapat dipercaya melalui program penyaluran yang dijalankan.

Keterkaitan antara literasi zakat yang dilakukan oleh generasi muda yang aktif di dunia digital dengan aktivisme sosial semakin terlihat jelas dalam era informasi saat ini. Generasi muda, yang dikenal sebagai digital natives, memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan platform untuk menyebarkan pengetahuan tentang zakat<sup>33</sup>. Hal ini terjadi pada Warung Bumbu Langit Wonosobo yang

32 Niken Febiana, Hendri Tandjung, and Hilman Hakiem, “Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (2022): 291–313.

33 Berlian Febrianti and Ach Yasin, “Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Lazis Nurul Falah Surabaya Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi*,

dilakukan oleh generasi muda untuk mengedukasi teman-teman dan komunitas mereka tentang pentingnya zakat, cara menghitungnya, serta dampak positif yang dapat dihasilkan dari penyalurannya<sup>34</sup>.

Aktivisme sosial yang dilakukan oleh generasi muda sering kali dipadukan dengan kampanye literasi zakat. Misalnya generasi muda di Warung Bumbu Langit, mereka dapat mengorganisir acara online seperti webinar atau live streaming yang membahas tentang zakat dan perannya dalam mengatasi masalah sosial, seperti kemiskinan dan ketidakadilan<sup>35</sup>. Dengan cara ini, mereka tidak hanya menyebarkan pengetahuan, tetapi juga mengajak orang lain untuk berpartisipasi dalam aksi sosial yang lebih luas, sehingga menciptakan dampak yang lebih signifikan.

Selain itu, generasi muda yang aktif di dunia digital juga memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan aplikasi atau platform yang memudahkan masyarakat dalam menunaikan zakat. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas zakat, tetapi juga mendorong transparansi dalam pengelolaan dana zakat<sup>36</sup>. Dengan adanya aplikasi yang dapat melacak penggunaan dana zakat, masyarakat akan lebih percaya untuk berkontribusi, sehingga meningkatkan partisipasi dalam aktivisme sosial yang berbasis zakat.

Keterkaitan ini juga terlihat dalam kolaborasi antara organisasi zakat dan komunitas digital. Generasi muda sering kali menjadi jembatan antara lembaga zakat dan masyarakat, membantu menyebarkan informasi tentang program-program yang ada dan mengajak orang untuk berpartisipasi. Melalui kampanye digital, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menginspirasi lebih banyak orang untuk terlibat dalam kegiatan sosial yang berfokus pada pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat.

---

*Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 2921–2939.

34 “Observasi 14 Sepetember 2024 Di Warung Bumbu Langit.”

35 “Observasi 14 Sepetember 2024 Di Warung Bumbu Langit.”

36 Alfayani, Harahap, and Napitupulu, “Tingkat Kesadaran Generasi Milenial Bersedekah melalui Kitabisa.com.”

Akhirnya, literasi zakat yang dipadukan dengan aktivisme sosial di kalangan generasi muda dapat menciptakan perubahan yang berkelanjutan. Dengan memahami pentingnya zakat dan mengintegrasikannya dalam aksi sosial, generasi muda tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, tetapi juga membangun kesadaran kolektif tentang tanggung jawab sosial. Ini adalah langkah penting menuju masyarakat yang lebih adil dan sejahtera, di mana setiap individu merasa memiliki peran dalam menciptakan perubahan positif.

### C. KESIMPULAN

Akhirnya, teknologi digital telah memudahkan berbagai aspek dalam seluruh aktivitas manusia saat ini. Termasuk dalam hal kebutuhan spiritual seperti sedekah. Pandemi beberapa waktu lalu membuat pemanfaatan teknologi digital menjadi lebih optimal. Warung Bumbu Langit memanfaatkan momentum ini untuk mengoptimalkan kegiatan penggalangan dana secara online yang dapat dilakukan dimana dan kapan saja. Berbicara media sosial, salah satu generasi yang paling dekat dengan dunia digital adalah kaum muda yaitu generasi Z dan generasi milenial. Meski generasi ini belum mampu memberikan bantuan dalam jumlah yang besar secara langsung kepada masyarakat, namun mereka mampu menuangkan ide-ide kreatifnya dalam hal literasi dan penggalangan dana serta filantropi lainnya. Berbagai layanan dan fitur menarik kaum muda untuk menggunakannya.

Dalam Upaya pengumpulannya Warung Bumbu langit Wonosobo melibatkan generasi muda dalam hal pembuatan konten literasi mengenai filantropi Islam melalui media sosial. Peran generasi muda ini mempengaruhi setiap aspek filantropi, mengingat tingginya rasa semangat dan solidaritas sosial yang ada dalam diri mereka, serta kreatifitas mereka dalam mempromosikan konten literasi tentang ZIS dan donasi lainnya melalui media sosial.

Pemanfaatan media sosial Warung Bumbu Langit sudah cukup optimal dengan berbagai konten informatif, edukasi atau literasi

seputar ZIS dan donasi lainnya yang diposting secara rutin. Tetapi hal ini harus ditingkatkan lagi agar lebih optimal, seperti konsistensi dalam memposting konten dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Melalui media sosial jangkauan target khalayak tidak terbatas dan platform digital dalam hal promosi dan pembayaran donasi merupakan platform yang dapat semakin mendukung efektifitas pengumpulan ZIS dan donasi lainnya.

#### D. REFERENSI

- Abdullah, Amin. *Multidisiplin, Interdisiplin, dan Transdisiplin; Metode Studi Agama dan Studi Islam di Era Kontemporer*. Yogyakarta: IB Pustaka, n.d.
- Abdussamad, H. Zuchri, and M. Si Sik. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press, 2021. Accessed July 18, 2024. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JtKREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=metode+penelitian+&ots=vDEtwZ\\_9SY&sig=ekIG7SZ1HsqFTGie\\_7oRyeR9VNs](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JtKREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=metode+penelitian+&ots=vDEtwZ_9SY&sig=ekIG7SZ1HsqFTGie_7oRyeR9VNs).
- Afiyana, Indria Fitri, Lucky Nugroho, Tettet Fitrijanti, and Citra Sukmadilaga. “Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Di Indonesia Dan Literasi Zakat.” *Akuntabel* 16, no. 2 (2019): 222–229.
- Alfayani, Venny, Darwis Harahap, and Rodame Monitorir Napitupulu. “Tingkat Kesadaran Generasi Milenial Bersedekah melalui Kitabisa.com.” *Journal of Islamic Social Finance Management* 2, no. 2 (December 31, 2021): 265–283.
- Alwasilah, A. Chaedar, and Senny Suzanna Alwasilah. *Pokoknya Menulis: Cara Baru Menulis Dengan Metode Kolaborasi*. Kiblat Buku Utama, 2022.
- Anggraini, Yuanita Nur, and Rachma Indrarini. “Analisis Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 54–66.
- Ardiansyah, Firman, Fitriyana Agustin, and Ridan Muhtadi. “Digitalisasi Filantropi Islam Pada Pesantren Di Pulau Madura.” *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and*

- Shariah Economy 1, no. 2 (2021): 225–255.
- Arrazaq, Zaki. “Filantropi Pendidikan Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Era Transformasi Digital Di Indonesia.” *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia* 3, no. 3 (2023): 505–522.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik Indonesia 2023: Statistical Yearbook Of Indonesia 2023*. Jakarta, 2023.
- Canggih, Clarashinta, and Rachma Indrarini. “Apakah Literasi Mempengaruhi Penerimaan Zakat?” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 11, no. 1 (2021): 1–11.
- Desiana Rahmawati. *Millenials and I-Generation Life*. Yogyakarta: Laksana, 2018.
- Don Tapscot. *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Eriyanto; Asri, Nur; Metode netnografi: pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial. Remaja Rosdakarya, 2021. Accessed July 29, 2024. [//library.moestopo.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow\\_detail%26id%3D129273%26keywords%3D](http://library.moestopo.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D129273%26keywords%3D).
- Fatira, Marlya, and Anriza Witi Nasution. “Boosting The Welfare of Business Community: Implementing The Model of Islamic Micro Bank of Waqf in Pesantren.” *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (May 26, 2019). Accessed September 6, 2021. <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/alfalah/article/view/771>.
- Febiana, Niken, Hendri Tandjung, and Hilman Hakiem. “Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (2022): 291–313.
- Febrianti, Berlian, and Ach Yasin. “Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Lazis Nurul Falah Surabaya Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 2921–2939.

- Hidayat, Aisyah Ayu Anggraeni. “Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa. Com).” PhD Thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2019. Accessed May 24, 2025. <https://repository.unair.ac.id/87205/>.
- HN. “Wawancara Volunteer Warung Bumbu Langit,” September 20, 2024.
- Holilur Rahman. “Inovasi Pengelolaan Zakat Di Era Digital (Studi Akses Digital Dalam Pengumpulan Zakat).” *Jurnal Kajian Islam* 6, no. 2 (2021): 53–63.
- Janatin, Risqa Puspa, and Maya Dewi Kurnia. “Upaya Pengembangan Karakter Pada Generasi Muda Di Era Digital.” *Jubah Raja : Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran* 1, no. 2 (November 15, 2022): 109–115.
- Junidar, Ulfa. “Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam:(Studi Terhadap PKPU Dan Rumah Zakat Di Indonesia).” *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* 2, no. 2 (2020): 190–218.
- Kharima, Nadya, Fauziah Muslimah, and Aninda Dwi Anjani. “Strategi Filantropi Islam Berbasis Media Digital.” *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 10, no. 1 (2021): 45–53.
- Kurniaputri, Mega Rahma, Dwihapsari, Rindani, Nurul Huda, Rini Nova, and Rini Nova. “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 15–22.
- Makhrus, M., N. Al Ngizati Ngama Yasifah, Istianah Istianah, and Mega Octaviani. “Peningkatan Literasi Digital Melalui Idebergerak. Com Sebagai Gerakan Filantropi Berbasis Komunitas.” *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (2023): 9–21.
- Muntazah, Arina, and Rosiana Andhikasari. “Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia.” *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2, no. 1 (2022): 1–7.
- Owner Warung Bumbu Langit. “Wawancara Owner Warung Bumbu Langit,” September 20, 2024.

- Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2022. *Indeks Literasi Zakat: Teori Dan Konsep.* Jakarta: BAZNAS, 2022.
- Siregar, Rahmita Syahfitri. "Indonesia Era Globalisasi: Peran Dan Tantangan Generasi Kedua Digital Native." *AT-TAWASUL 2*, no. 2 (2023): 101–109.
- Syujai, Muhammad. "Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money Dalam Perspektif Islam." *Pusaka Jurnal Khazanah Keagamaan 10*, no. 1 (2022): 140–152.
- Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem. "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi z Di Era Digital." *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial 5*, no. 1 (2021): 69–87.
- "Observasi 14 Sepetember 2024 Di Warung Bumbu Langit." Wonosobo, n.d.